

ABSTRAK

Luthfi Ardi Sumirat : Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian di Instagram terhadap Minat Beli Mahasiswa Jurusan Humas di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Perkembangan komunikasi telah mempengaruhi perkembangan ekonomi. Transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (telepon) menjadi sesuatu yang sangat konservatif dengan adanya media komunikasi seperti media massa, yaitu media elektronik dan media cetak. Hal ini dimanfaatkan oleh pengusaha baru (*newcomer*) untuk mempromosikan produk atau jualan mereka diantaranya dengan memanfaatkan *socialnetwork*. Yaitu dengan menggunakan media Instagram sebagai sarana untuk promosi.

Kegiatan promosi melalui media Instagram ditentukan oleh kupon, paket harga, premium, program frekuensi, hadiah, imbalan langganan, garansi produk dan promosi silang. Teknik promosi penjualan pakaian di instagram bertujuan untuk meninjau sejauh mana para *followers* memberikan perhatian dalam membeli produk *online shop* di Instagram (*attention*), menarik perhatian dan menumbuhkan minat beli para followers di Instagram yang menjadi sasaran promosi penjualan (*interest*), menumbuhkan keinginan konsumen untuk membeli pakaian di Instagram (*desire*), dan mengukur keberhasilan promosi penjualan dari banyaknya.

Penelitian ini bertujuan untuk : Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pendapat Mahasiswa Jurusan Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung tentang promosi pelaksanaan penjualan pakaian melalui akun Instagram, Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pendapat Mahasiswa Jurusan Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung tentang minat beli mahasiswa jurusan humas UIN SGD Bandung dan Untuk menguji dan menganalisis bagaimana promosi penjualan melalui akun Instagram mempengaruhi minat beli Mahasiswa Jurusan Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung terhadap promosi penjualan pakaian di Instagram.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi langsung para responden untuk mengisi kuesioner penelitian dan hasilnya 76 responden yang berasal dari angkatan 2010-2013 yang bersedia mengisi kuisisioner. Hipotesis penelitian ini diuji dengan menggunakan model analisis *regresi linier berganda*. Berdasarkan hasil pengolahan *Regresi Linier Berganda* diketahui bahwa variabel independen (promosi penjualan pakaian di instagram) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (minat beli mahasiswa) dengan presentase pengaruh sebesar 6,20%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan pakaian di instagram berpengaruh positif minat beli mahasiswa.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG